

**PENGARUH TINGKAT TERPAAN *TRANSIT*  
*ADVERTISING* DAN PERSEPSI PADA KUALITAS  
JASA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN  
PENGUNAAN PRODUK *E-MONEY***

**(Pengaruh Tingkat Terpaan *Transit Advertising* Telkomsel Tap Izy “Lebih Cepat, Lebih Hemat 10% dengan Tap Izy” dan Persepsi pada Kualitas Jasa terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Telkomsel Tap Izy di Kalangan Penumpang Kereta Api Prambanan Ekspres di Daerah Istimewa Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**oleh  
SIANE IVANA HARTANTO  
09 09 03754 / kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2013**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### **PENGARUH TINGKAT TERPAAN *TRANSIT ADVERTISING* DAN PERSEPSI PADA KUALITAS JASA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGUNAAN PRODUK *E-MONEY***

**(Pengaruh Tingkat Terpaan *Transit Advertising* Telkomsel Tap Izy “Lebih  
Cepat, Lebih Hemat 10% dengan Tap Izy” dan Persepsi pada Kualitas Jasa  
terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Telkomsel Tap Izy di Kalangan  
Penumpang Kereta Api Prambanan Ekspres di Daerah Istimewa  
Yogyakarta)**

### **SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

SIANE IVANA HARTANTO

09 09 03754 / KOM

disetujui oleh :

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013



## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Terpaan *Transit Advertising* dan Persepsi pada Kualitas Jasa terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Produk *E-Money* (Pengaruh Tingkat Terpaan *Transit Advertising* Telkomsel Tap Izy “Lebih Cepat, Lebih Hemat 10% dengan Tap Izy” dan Persepsi pada Kualitas Jasa terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Telkomsel Tap Izy di Kalangan Penumpang Kereta Api Prambanan Ekspres di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Penyusun : Siane Ivana Hartanto

NIM : 09 09 03754

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari, tanggal : Selasa, 9 April 2013

Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

### TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.

Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.

Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si.

Penguji II



FAKULTAS  
SOSIAL DAN ILMU POLITIK



## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siane Ivana Hartanto  
Nomor Mahasiswa : 09 09 03754 / KOM  
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan  
Judul Karya Tulis : Pengaruh Tingkat Terpaan *Transit Advertising* dan Persepsi pada Kualitas Jasa terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Produk *E-Money* (Pengaruh Tingkat Terpaan *Transit Advertising* Telkomsel Tap Izy “Lebih Cepat, Lebih Hemat 10% dengan Tap Izy” dan Persepsi pada Kualitas Jasa terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Telkomsel Tap Izy di Kalangan Penumpang Kereta Api Prambanan Ekspres di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan skripsi saya secara orisinil dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 14 Maret 2013

Saya yang menyatakan



Siane Ivana Hartanto

Penulis

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat terpaan *transit advertising* Telkomsel Tap Izy “Lebih Cepat, Lebih Hemat 10% dengan Tap Izy” dan persepsi pada kualitas jasa terhadap tingkat kepuasan penggunaan Telkomsel Tap Izy di kalangan penumpang kereta api Prambanan Ekspres di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi *elaboration likelihood model* sebagai teori utama, dan teori mengenai komunikasi pemasaran, *sales promotion*, periklanan, *transit advertising*, konsep AIDA, dan kepuasan konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pengguna Kereta Api Prambanan Ekspres yang pada saat survei dilaksanakan berada di lokasi penelitian (Stasiun Tugu dan Stasiun Lempuyangan).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil dari kuesioner penelitian dan observasi iklan media luar ruang yang dilakukan oleh peneliti di stasiun, sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui data-data yang sudah ada, yaitu misalnya melalui website Telkomsel, referensi dari penelitian terdahulu, dan bacaan lain yang berhubungan dengan penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* yang melalui uji regresi, *fit coefficient*, dan menganalisa pola hubungan efek langsung (*direct effect*), efek tidak langsung (*indirect effect*) dan *total effect*.

Berdasarkan hasil uji pengaruh, terbukti bahwa tingkat terpaan iklan berpengaruh terhadap tingkat perhatian, dan tingkat perhatian berpengaruh terhadap tingkat ketertarikan. tingkat ketertarikan memiliki pengaruh terhadap tingkat keinginan, namun tingkat keinginan tidak berpengaruh terhadap tingkat penggunaan. tingkat penggunaan dan persepsi pada kualitas jasa terbukti berpengaruh terhadap tingkat kepuasan, namun persepsi pada kualitas jasa lebih besar pengaruhnya dalam membentuk tingkat kepuasan. Berdasarkan penghitungan *indirect effect* dan *direct effect*, didapatkan hasil bahwa *direct effect* lebih bagus hasilnya apabila dibandingkan *indirect effect* (yang melalui jalur konsep AIDA), sedangkan berdasarkan penghitungan *fit coefficient* menunjukkan bahwa hipotesis model lebih baik daripada model akhir penelitian.

Kata kunci: tingkat terpaan iklan, persepsi pada kualitas jasa, tingkat kepuasan.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Tingkat Terpaan *Transit Advertising* dan Persepsi pada Kualitas Jasa terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Produk *E-Money* (Pengaruh Tingkat Terpaan *Transit Advertising* Telkomsel Tap Izy “Lebih Cepat, Lebih Hemat 10% dengan Tap Izy” dan Persepsi pada Kualitas Jasa terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Telkomsel Tap Izy di Kalangan Penumpang Kereta Api Prambanan Ekspres di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Menjadi suatu kebanggaan tersendiri bagi penulis atas selesainya penelitian dan penulisan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah banyak membantu dan memberikan semangat kepada penulis, yaitu:

1. Tuhan Yesus Kristus, sumber kekuatan bagi penulis, terimakasih untuk mendengarkan setiap doa-doa penulis.
2. Papa dan Mama tercinta terima kasih atas pengorbanan dan kasih sayang tak terbatas yang diberikan kepada penulis. Skripsi ini dapat selesai karena dukungan kalian. Terimakasih juga cie-cie, koko, dan segenap keluarga atas semua dukungan dan semangatnya.
3. Ibu F. Anita Herawati, SIP., M.Si. selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan ilmu dan pengajaran, terimakasih dosenku yang luar biasa karena kesabaran dan kesediaannya meluangkan waktu menjadi dosen pembimbing. Penulis sangat menghargai atas ilmu dan pengajaran yang kau berikan.

4. Jefri Hartono, terimakasih telah memberikan semangat agar penulis cepat menyelesaikan skripsi ini, semua masukan dan dukunganmu sungguh penulis hargai.
5. Bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA. dan Ibu Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji, terimakasih banyak telah menguji penulis dengan baik dan memberikan masukan yang berharga.
6. Fina Afiani, Chandra Stephanie, dan Andy Liega Buana, terimakasih telah menjadi sahabat yang baik dan memberikan banyak semangat bagi penulis ketika proses pengerjaan skripsi ini. Terimakasih juga semua sahabat lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
7. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, seluruh dosen FISIP, bagian Tata Usaha, dan segenap karyawan UAJY. Terima kasih atas bantuan dalam bentuk apapun yang diberikan selama ini. Penulis dapat mempelajari banyak hal di FISIP berkat kontribusi dari anda semua.
8. Terimakasih semua pihak yang belum penulis sebutkan, atas semua partisipasi dan bantuannya.

Yogyakarta, 11 Maret 2013

Siane Ivana

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Abstraksi.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Bagan.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii

## BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kerangka Teori.....	9
F. Kerangka Konsep.....	20
G. Hipotesis.....	24
H. Definisi Operasional.....	26



I. Metodologi Penelitian.....	35
1. Metode Penelitian.....	35
2. Jenis Penelitian.....	35
3. Lokasi Penelitian.....	36
4. Populasi.....	36
5. Pengambilan Sampel.....	36
6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
7. Metode Pengumpulan Data.....	41
8. Metode Pengukuran Data.....	41
9. Metode Analisis Data.....	42

## **BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN**

A. Profil Telkomsel Tap Izy.....	45
B. Kerjasama Telkomsel Tap Izy dengan PT Kereta Api Indonesia.....	47
C. Penempatan <i>Transit Advertising</i> Telkomsel Tap Izy.....	48

## **BAB III HASIL PENELITIAN**

A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
B. Deskripsi Variabel.....	63
C. Hasil Uji <i>Path analysis</i> .....	81
D. Pembahasan.....	94

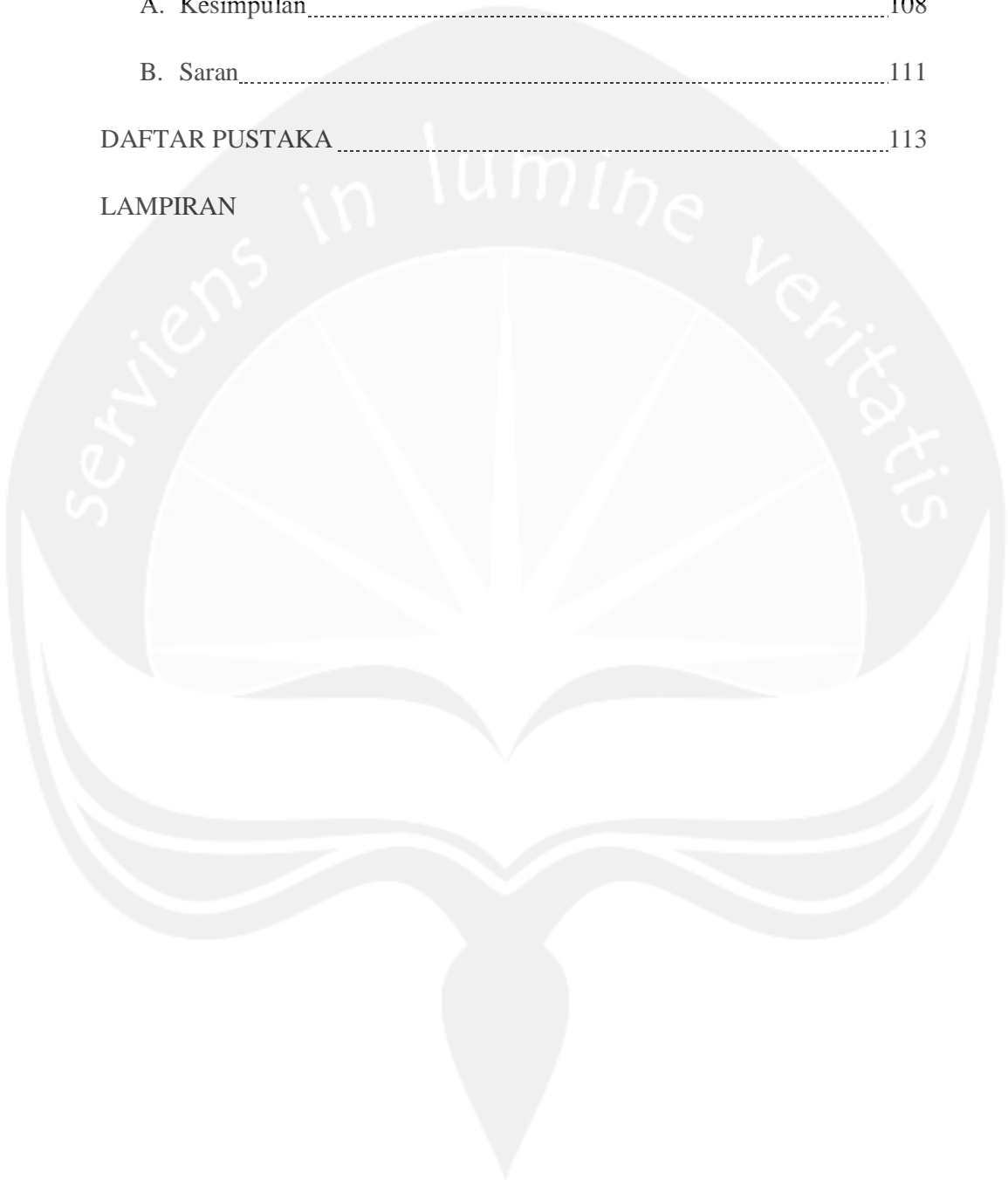
#### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....108

B. Saran.....111

DAFTAR PUSTAKA.....113

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 1: Interpretasi Koefisien Korelasi.....	40
Tabel 2: Nilai Validitas Tingkat Terpaan Iklan.....	54
Tabel 3: Nilai Validitas Tingkat Perhatian.....	55
Tabel 4: Nilai Validitas Tingkat Ketertarikan.....	56
Tabel 5: Nilai Validitas Tingkat Keinginan.....	57
Tabel 6: Nilai Validitas Tingkat Penggunaan.....	59
Tabel 7: Nilai Validitas Persepsi pada Kualitas Jasa.....	60
Tabel 8: Nilai Validitas Tingkat Kepuasan.....	62
Tabel 9: Hasil Kuesioner Tingkat Terpaan Iklan.....	64
Tabel 10: Hasil Kuesioner Tingkat Perhatian.....	66
Tabel 11: Hasil Kuesioner Tingkat Ketertarikan.....	68
Tabel 12: Hasil Kuesioner Tingkat Keinginan.....	70
Tabel 13: Hasil Kuesioner Tingkat Penggunaan.....	72
Tabel 14: Hasil Kuesioner Persepsi pada Kualitas Jasa.....	75
Tabel 15: Hasil Kuesioner Tingkat Kepuasan.....	79
Tabel 16: Hasil Uji Regresi.....	82
Tabel 17: Pembentukan Variabel Tingkat Kepuasan.....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Iklan Telkomsel Tap Izy di ruang tunggu kereta.....	49
Gambar 2: Iklan Telkomsel Tap Izy di dalam KA Prameks.....	49
Gambar 3: Iklan Telkomsel Tap Izy di loket pembelian tiket.....	49
Gambar 4: Mesin telkomsel Tap Izy.....	51

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1: The <i>Elaboration Likelihood Model</i> .....	11
Bagan 2: Model Teoritis Penelitian.....	24
Bagan 3: Model yang Disesuaikan.....	88



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran Kuesioner Penelitian

Lampiran Hasil Uji Tingkat Terpaan Iklan

Lampiran Hasil Uji Tingkat Perhatian

Lampiran Hasil Uji Tingkat Ketertarikan

Lampiran Hasil Uji Tingkat Keinginan

Lampiran Hasil Uji Tingkat Penggunaan

Lampiran Hasil Uji Persepsi pada Kualitas Jasa

Lampiran Hasil Uji Tingkat Kepuasan

Lampiran Hasil Uji Regresi